

Promouvoir la santé mentale nous concerne tous

Swiss Public Health Conference 2018
Neuchâtel, 8 novembre 2018

Alexia Fournier Fall, CPPS

Quelques considérations sur la santé mentale en Suisse

Selon les chiffres de l'Enquête suisse sur la santé 2012:

- La majorité de la population se sent en bonne, voire très bonne santé (83%) et apprécie sa qualité de vie (92%)
- 82% de la population se sent heureuse la plupart du temps ou tout le temps
- 77% de la population se dit plein d'énergie et de vitalité

MAIS

- Différences importantes selon l'âge, le niveau de formation ou la région
- 18% de la population se sent perturbée par des problèmes psychiques

→ La santé mentale n'est pas figée dans le temps

→ La santé mentale doit s'entretenir au même titre que la santé physique, notamment durant les phases de transition

Une action coordonnée des cantons latins

- Besoin de renforcer l'information et la sensibilisation sur la santé psychique en Suisse (rapport «Santé psychique en Suisse 2015)
 - Besoin de démocratiser la santé mentale, lever les tabous, destigmatiser les personnes en souffrance psychique
 - Travail en commun des cantons latins sur l'information / sensibilisation de la population
- 2016-2017: lancement de la plate-forme d'information www.santépsy.ch, www.psygesundheit.ch, www.salutepsi.ch.
- 2018-2021: campagne nationale sur la santé psychique
- Partenariat opérationnel avec la Coordination romande des associations d'action pour la santé psychique (Coraasp)

The screenshot shows a web browser window displaying the website www.psygesundheit.ch/fr/. The page features a large header image of a woman with red hair. The main navigation menu includes: ACTUALITÉS AGENDA - FOCUS, VIE ET SANTÉ PSYCHIQUE, QUE FAIRE?, TROUVER UNE ADRESSE, TÉMOIGNAGES, and QUI SOMMES-NOUS?. A dropdown menu is open under 'VIE ET SANTÉ PSYCHIQUE', listing: Qu'est-ce que la santé psychique?, Que faire pour prendre soin de sa santé psychique?, Événements de la vie qui peuvent affecter la santé psychique, Contexte de vie et santé psychique, Les principaux troubles psychiques, and Détresse existentielle et suicide. The main content area has a headline: 'Ma première crise d'angoisse a eu lieu sur l'autoroute alors que je conduisais...' with a link to 'Tous les témoignages'. Below this, there are three callout boxes: 'Que faire pour prendre soin de sa santé psychique?' (Prendre soin de sa santé psychique est aussi important que de s'occuper de sa santé physique...), 'Je me pose des questions sur ma santé psychique' (Est-ce que tout vous paraît soudain différent? Etes-vous angoissé-e tout en ne sachant pas ce qui se passe?), and 'Je m'inquiète pour la santé d'un proche' (Vous avez remarqué qu'une personne que vous aimez ne va pas bien, qu'elle ne se comporte pas comme d'habitude?). The browser's taskbar at the bottom shows the time as 14:19 on 09.10.2018.

Des objectifs communs de communication en Suisse latine pour la promotion de la santé mentale

- **Attirer l'attention sur la santé mentale et le fait qu'elle nous concerne tous**
 - La santé mentale fait partie de la santé en général et nous concerne tous
 - La santé mentale n'est pas figée. Elle évolue tout au long de notre parcours de vie
 - L'environnement et le contexte socio-économique jouent un rôle important en matière de santé mentale
 - On peut souffrir d'un trouble psychique durable et avoir une bonne qualité de vie

- **Favoriser la connaissance et la mobilisation des ressources individuelles et collectives**
 - Nous pouvons prendre soin de notre santé mentale, aussi bien que de notre santé physique
 - Il est important d'oser parler de santé mentale autour de soi
 - Il existe de nombreuses ressources auxquelles on peut faire appel à tout moment

- **Sensibiliser et impliquer les acteurs concernés**
 - En tant que professionnels, proches et / ou citoyens, nous avons tous un rôle à jouer
 - Nous sommes «personnes ressources» dans notre domaine de compétences et «personnes relais» vers d'autres domaines

L'approche privilégiée pour la campagne nationale en Suisse latine

- Campagne de promotion de la santé mentale

Contribuer à faire évoluer les représentations encore tenaces qui entourent la santé mentale

Favoriser la prise de conscience qu'on peut aussi prendre soin de sa santé psychique

«Parler peut aider»; il n'y a pas de honte à demander de l'aide; l'aide peut venir de l'entourage et/ou de professionnels

- Visuels ludiques et légers pour «démocratiser» la thématique

Donner envie de prendre soin de soi

Concevoir d'autres images que celles associées aujourd'hui encore à la santé mentale

- **Une approche storytelling**

Volonté de raconter une histoire en se basant sur les différents âges de la vie

- **Travail sur les transitions de vie avec un accent sur le renforcement des ressources ET la prévention des risques**

2018: tout public → tous concernés tout au long de la vie

2019: Adolescents et jeunes adultes → Développement de l'identité / décrochage scolaire et entrée dans la vie professionnelle

2020: Adultes (20-65 ans) → Parentalité et famille / Conditions de travail et chômage

2021: Seniors (60+) → Préparation à la retraite et ressources des seniors / prévention des risques liés au vieillissement, aux pertes et à la solitude

- **Approche globale et locale**

Mesures communes à l'ensemble des cantons latins

Mesures spécifiques pour répondre à des besoins plus localisés

- **Développement des messages avec les acteurs de terrain et le public concerné**

Construire la campagne en partenariat, en associant les expertises de terrain = **«construire avec et non construire pour»**

Exemple pour la première phase : messages construits et évalués avec des professionnels de promotion de la santé, des médecins, des travailleurs sociaux, des personnes concernées par l'expérience d'une souffrance psychique, des proches ...

Construction de la 2^{ème} phase en associant des jeunes à l'élaboration des contenus

- **Accompagnement par un conseil scientifique**

Composé de psychiatres, psychologues, spécialistes en promotion de la santé, travailleuse sociale, pair praticienne en santé mentale, médecin généraliste et proche

Provenant de toutes les régions de Suisse romande et du Tessin

Les messages que la campagne souhaite véhiculer



Prenez soin de vous au quotidien.
D'autres conseils sur santepsy.ch



Prenez soin de vous au quotidien.
D'autres conseils sur santepsy.ch

Les messages que la campagne souhaite véhiculer



Tissez des liens autour de vous.
D'autres conseils sur santepsy.ch

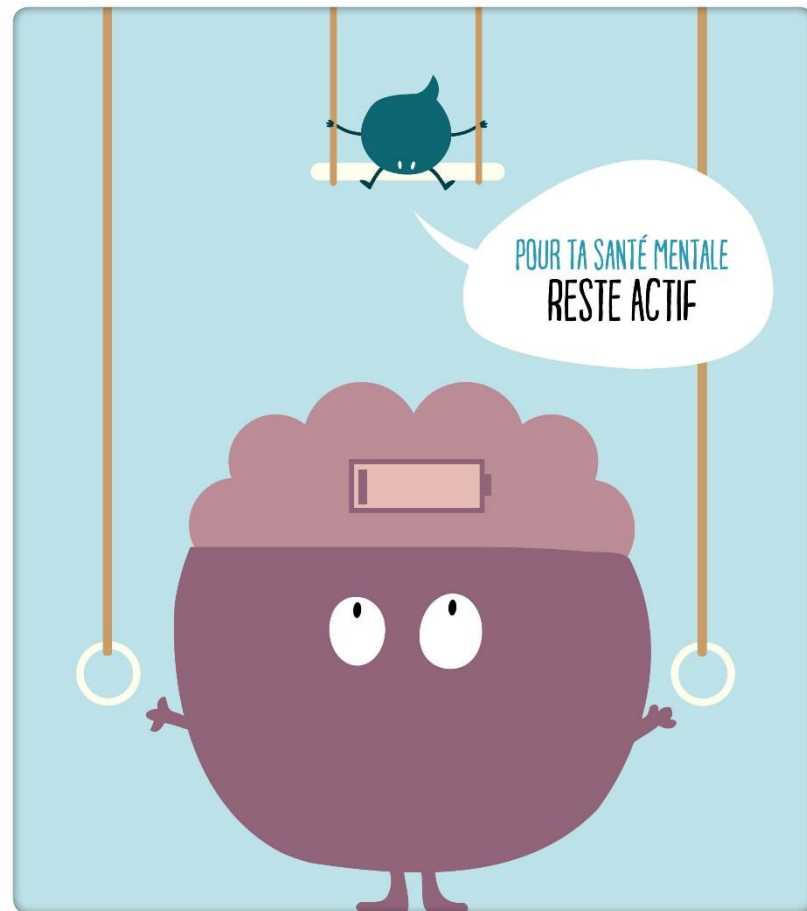


Reconnaissez vos forces tout en respectant
vos limites. D'autres conseils sur santepsy.ch

Les messages que la campagne souhaite véhiculer



Cultivez votre créativité et faites des activités qui vous plaisent. D'autres conseils sur santepsy.ch

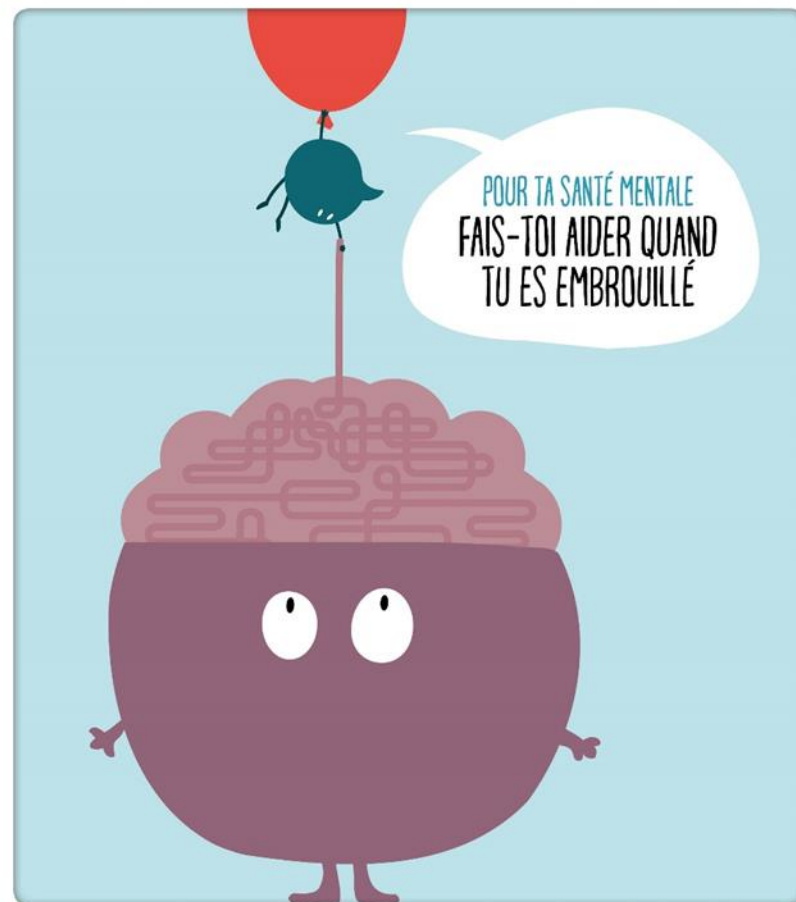


Bougez au quotidien pour vous sentir bien. D'autres conseils sur santepsy.ch

Les messages que la campagne souhaite véhiculer

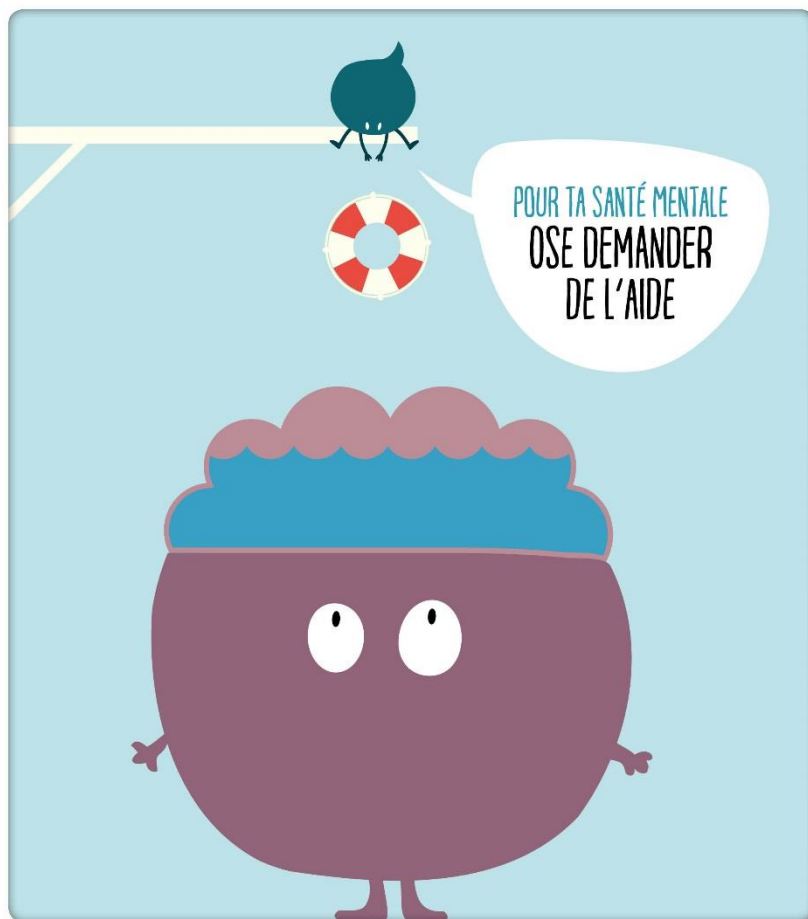


Prenez une pause pour recharger les batteries dans la journée.
D'autres conseils sur santepsy.ch



N'hésitez pas à vous confier à un médecin ou à un autre professionnel. D'autres conseils sur santepsy.ch

Les messages que la campagne souhaite véhiculer



IMAGESAATCHI



Parlez à votre entourage ou à un professionnel quand vous vous sentez débordé. D'autres conseils sur santepsy.ch



IMAGESAATCHI



Partagez vos émotions pour vous alléger l'esprit. D'autres conseils sur santepsy.ch

Mesures de communication envisagées

Déclinées et adaptées selon les publics cible de la campagne

- Publicité (presse écrite, TV, cinéma, etc.) → définie en fonction du public cible
- Communication digitale → diffusion de clips, postes animés, quizz, jeux interactifs via les réseaux sociaux (Facebook, Instagram, Snapchat, Youtube, etc.)
- Développement de contenus spécifiques sur les sites internet fréquentés par le public cible (Santépsy, CIAO, etc.)
- Event et manifestations → présence dans les manifestations fréquentées par le public cible avec animation, matériel d'information et mascotte
- Conférences itinérantes sur les thématiques
- Articles / émissions de contenu dans les médias sur les thématiques annuelles

Mesures de communication envisagées

Multiplicateurs / professionnel-le-s relais – selon les publics cibles de la campagne

- Information aux multiplicateurs / acteurs en lien les publics cibles
- Colloques pour les professionnel-le-s sur les thématiques annuelles
- Outils didactiques

Merci de votre attention

www.santépsy.ch

www.psygesundheit.ch

www.salutepsi.ch